



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2017/2018

ELENA MONTILLA ALONSO

EL BARRIO PESQUERO COMO DESTINO TURÍSTICO

THE FISHING DISTRICT AS A TOURIST DESTINATION

DIRECTOR

D. IGNACIO SARIEGO LÓPEZ



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2017/2018

Fecha de entrega: 22/06/2018

AUTORA: Elena Montilla Alonso

TÍTULO: El Barrio Pesquero como Destino Turístico

DIRECTOR: Ignacio Sariego López

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en primer lugar, a mi tutor y director de Trabajo de Fin de Grado, Ignacio Sariego, por toda la orientación, ayuda y consejos durante estos últimos meses de Universidad, quien convirtió la idea de este proyecto, en el trabajo que hoy tienen en sus manos.

También me gustaría agradecer con creces la atención y acogida recibida por parte de los vecinos del Barrio Pesquero, al igual que los propietarios y trabajadores en el sector de la hostelería de la zona pero, sobre todo, a la Asociación de Vecinos por su valiosa atención y su predisposición a ayudarme.

En último lugar, pero fundamental para mí, a todos quienes me apoyaron y confiaron en mí más de lo que yo misma lo supe hacer.



RESUMEN

El Barrio Pesquero aparece en el mapa de Santander como un apéndice a veces olvidado e infravalorado. En el presente Trabajo de Fin de Grado de la Universidad de Turismo Altamira, será estudiado con el fin de elaborar unas propuestas válidas para su puesta en valor.

En éste, se llevará a cabo un análisis del barrio, desde el punto de vista del turista pero sin olvidar la importancia del residente. Se realizará un breve esquema sobre la influencia marítima en la historia de Santander y su importancia, y se estudiará la oferta y la demanda. Casos previos en la geografía española servirán de ejemplo y de inspiración.

Para finalizar, se expondrán unas conclusiones acordes a la información recogida y unas propuestas para intentar mejorar la imagen turística de esta zona.

Palabras clave: turismo, Barrio Pesquero, oferta, demanda, revitalización, Santander.

ABSTRACT

The Fishing District appears on the Santander map as an appendix, sometimes forgotten and undervalued. The present undergraduate dissertation seeks to study this area with a view to making useful proposals for its enhancement.

An analysis of the neighbourhood is carried out from the tourist point of view, but careful attention is also paid to the importance of the resident. A brief history of the significant maritime influence on Santander is presented, while supply and demand is likewise studied. Previous case studies related to other similar scenarios in Spain serve as examples and inspiration.

Finally, conclusions are presented in the light of the information gathered and proposals are made aimed at attempting to improve the tourist image of this area.

Keywords: tourism, Fishing District, offer, demand, revitalization, Santander.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. FINALIDAD	5
1.2. OBJETIVOS	5
1.3. ANTECEDENTES	6
1.3.1. HISTORIA	6
1.3.2. EXPERIENCIAS PREVIAS	8
1.3.2.1. LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL Y EL PLAN QUALIFICA	9
1.3.2.2. PLAN COSTA BLANCA CULTURA	10
1.3.2.3. GANDÍA Y SUS PRÁCTICAS DE RENOVACIÓN TURÍSTICA	12
1.4. METODOLOGÍA	13
2. EL BARRIO PESQUERO COMO DESTINO TURÍSTICO	16
2.1. CONTEXTO ACTUAL DEL BARRIO PESQUERO	16
2.2. ÓRGANO GESTOR	19
2.3. OFERTA ACTUAL	20
2.3.1. RESTAURACIÓN	20
2.3.2. ALOJAMIENTOS	22
2.3.3. OPINIÓN DE LOS RESIDENTES SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA	23
2.4. DEMANDA TURÍSTICA	24
3. DIAGNÓSTICO DE LOS RESULTADOS	31
3.1. DAFO	31
3.2. MIC	32
4. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	34
4.1. CONCLUSIONES	34
4.2. PROPUESTAS	35
5. BIBLIOGRAFÍA	39
6. ANEXOS	41
6.1. ANEXO I. ENCUESTA A TURISTAS	41
6.2. ANEXO II. ENCUESTA A LOCALES	44
6.3. ANEXO III. ENCUESTA A EMPRESARIOS DEL SECTOR SERVICIOS	45
6.4. ANEXO IV: ENTREVISTA A LA PORTAVOZ DE LA AAVV DE VECINOS SOTILEZA-BARRIO PESQUERO: PILAR DEL CASTILLO	46

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Grabado de Santander, S XVI.....	7
Imagen 2: Fotografía aérea del Barrio Pesquero.....	16
Imagen 3: Plano de ordenación del Varadero.....	17
Imagen 4: Avenida principal del Barrio Pesquero.....	18
Imagen 5: Ubicación del Centro Cívico propuesto.....	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: ¿Qué opina de la gestión del Barrio Pesquero?.....	20
Gráfico 2: ¿Qué tipo de clientes acuden más a su establecimiento?.....	22
Gráfico 3: ¿Cómo considera el número de turistas?.....	23
Gráfico 4: ¿Cuál es su opinión sobre el turismo?.....	24
Gráfico 5: ¿Cuántas veces había estado antes en Santander?.....	25
Gráfico 6: ¿Cómo conoció el Barrio Pesquero?.....	25
Gráfico 7: Motivo principal de su visita al Barrio Pesquero.....	26
Gráfico 8: Puntúe del 1 al 5 los siguientes aspectos.....	27
Gráfico 9: ¿Qué considera necesario modificar o implementar?.....	28
Gráfico 10: ¿Con quién ha venido?.....	29
Gráfico 11: Intervalo de edad del encuestado.....	29
Gráfico 12: Residencia habitual.....	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Impacto Cruzado.....	32
---	----

1. INTRODUCCIÓN

1.1. FINALIDAD

El presente Trabajo de Fin de Grado del Grado en Turismo de la Escuela Universitaria de Turismo Altamira, tiene por objeto estudiar la manera de conservar, proteger y mejorar la oferta y demanda existente en el Barrio Pesquero de Santander, considerándolo como un barrio valioso en patrimonio inmaterial y referente de valores urbanísticos, arquitectónicos e históricos.

La elección de este tema es debido al afán de descubrir el porqué de la actual época de caída del barrio, de llegar a conocer qué es ese "algo" que le hace falta para que, tanto los cántabros como los turistas de diversos orígenes, tengan una motivación o deseo de explorar sus calles.

El objetivo final y el porqué de todo lo anterior, consiste en elaborar una conclusión en forma de sugerencia, mediante la cual la zona estudiada verá potenciado su valor e interés.

Para ello, se contará con la opinión de residentes, turistas y empresarios mediante la elaboración de encuestas y varias entrevistas que nos desvelarán los puntos fuertes y débiles del lugar, así como la imagen percibida de la zona.

1.2. OBJETIVOS

En los siguientes puntos se recogen las principales intenciones con las que se elabora el presente proyecto de fin de carrera:

- Estudiar el Barrio Pesquero de Santander analizando su historia, patrimonio, oferta y demanda y contexto actual.
- Estudiar casos previos en otras localizaciones cuyas similitudes puedan ser aplicadas al desarrollo y revitalización del área.
- Conocer las opiniones e impresiones de los visitantes, de la comunidad autónoma y del ámbito nacional, que recorren sus calles.
- Conocer la opinión de los vecinos al igual que la de los pequeños y medianos empresarios del área para esclarecer la realidad del día a día.
- Elaborar sugerencias y propuestas para mejorar las condiciones turísticas de este Barrio de Santander.

1.3. ANTECEDENTES

1.3.1. HISTORIA

Para la realización de la siguiente descripción histórica de la ciudad de Santander, se ha tomado la referencia de la publicación de Linares, et. al. (1985) con la que se describe el Barrio Pesquero.

La ciudad de Santander tiene una historia eminentemente portuaria, desde el *Portus Victoriae* fundado en el año 19. A.C. por los romanos tras las Guerras Cántabras, la capital se ha desarrollado en torno a la actividad marítima.

El puerto santanderino fue haciéndose cada vez más importante, pero el primer gran salto no le dio hasta el año 1284, cuando el Rey Sancho IV eximió a Santander del pago de portazgo¹, y más adelante, en el año 1295, Fernando IV lo eximió también de los diezmos² de llegadas de pan, vino y viandas, haciendo entonces del puerto de Santander el único sin el pago del mismo.

En la última década del siglo XIII, el comercio fue tan activo que se creó la Hermandad de las Marismas, formado por los principales concejos del cantábrico: Santander, Laredo, Castro, Vitoria, Bermeo, Guetaria, San Sebastián y Fuenterrabía, unión que solidificó la organización interna y facilitó las relaciones internacionales.

En la segunda mitad del siglo XV, Santander logró su máximo desarrollo económico, con cifras récord de mercaderes y pescadores que vivían del trato de las mercaderías, de las cargas en la nao y del fuerte comercio exterior, así como de la pesca y de los "tratos de pesquería". A finales del mismo siglo, se creó el Consulado de Burgos, en 1494, siendo Santander de todos los puertos, el preferido de Burgos. Este Consulado permitió el tráfico de lana castellana y paños y telas de Flandes, continuando la ampliación de acuerdos comerciales.

Entre los siglos XVI y XVIII, Santander mantuvo la preeminencia sobre Laredo, el cuál quiso destacar siempre y trató varias veces de hacerse con la capitalidad del territorio, pero sus esfuerzos fueron en vano, siendo nombrada Santander en 1755 con el título de ciudad.

¹ Portazgo: *Derechos que se pagan por pasar por un sitio determinado de un camino.* (RAE)

² Diezmo: *Tributo del diez por ciento que sobre el valor de ciertas mercancías recibía el rey.* (RAE)

Imagen 1: Grabado de Santander, S. XVI



FUENTE: Joris Hoefnagel.

Una década más tarde, en 1765, se abre por Real Decreto el camino al libre comercio desde nueve puertos españoles, lo que permite a Santander comerciar con las colonias españolas en el Nuevo Mundo. Veinte años más tarde, se crea el Consulado de Santander, la guinda que logra que el comercio colonial aumente y la ciudad se convierta en una de las ciudades portuarias más importantes, mediante el afianzamiento de la ruta de la lana, la de las harinas y la de los vinos. Santander se convirtió en el principal puerto de exportación de Castilla.

Desde finales del siglo XVIII y comienzos del XIX, Santander experimenta un proceso de expansión: comenzó su transformación de villa pesquera a ciudad comercial. Este cambio socioeconómico se vio asociado a los cambios en la estructura urbana de Santander, en la cual se ampliaron los muelles portuarios y se inició el proceso de crecimiento urbano planificado más importante hasta entonces, la creación del Ensanche.

El puerto afianzaba su poder comercial a la vez que iniciaba su potencial turístico. En 1874, las líneas regulares de barcos a vapor, o partían de Santander, o tenían a Santander como escala fija en su recorrido.

A partir de aquí, se vienen años de ampliaciones, mejoras y facilidades. Con vistas al creciente número de buques transatlánticos de pasajeros que frecuentaban el puerto de Santander, en el año 1907 se terminó de construir el dique seco de Gamazo. En 1922 se inició la modernización del puerto, el cual le fue ganando terreno al mar con la construcción

de nuevos muelles, grúas para manipular las cargas y almacenes adecuados para las cada vez más crecientes cantidades de mercancías que pasaban por Santander.

Hasta este momento, Santander sigue el proceso de urbanización correspondiente a la etapa preindustrial española. La población urbana y la rural experimentan un crecimiento similar, siendo la primera a una escala menor. Los factores típicos que consiguieron que este proceso se desarrollase fueron principalmente: estratégicos y militares, políticos y administrativos, económicos, religiosos y culturales.

Pocos años después ocurrió la tragedia del Barco Cabo Machichaco, y tras ella, se comenzó la reestructuración y reconstrucción de la ciudad de Santander. En 1943 fueron inauguradas las obras que daban comienzo a la construcción del puerto tal cual lo conocemos hoy a la vez que el poblado pesquero. Este barrio fue bautizado con el nombre de *Sotileza* el cual se extendería a lo largo de todo el puerto. Se diseñó como una península autónoma aislada, que contaría con sus propios colegios, centro cívico, iglesia y todos los edificios sociales necesarios. El proyecto finalizó y la suma total de viviendas construidas llegó a las 270, se habilitaron seis almacenes y una casa del pescador.

El 1970 se puede considerar uno de los hitos fundamentales de la construcción del puerto, con la ansiada finalización de múltiples ampliaciones y de construcciones como el poblado pesquero, sobre el cual se centra el presente trabajo de fin de grado.

Esta etapa sigue las directrices de la urbanización industrial, en la que la población es ya superior en número a la población rural debido al superior crecimiento, nace la industria moderna como la conocemos en nuestros días, y las ciudades son fuertes núcleos gracias a las divisiones territoriales y al establecimiento de las capitales.

Actualmente, está siendo el centro de una gran cantidad de proyectos de renovación, y esto deriva de la buena gestión de la nueva junta directiva de la Asociación de Vecinos Sotileza-Barrio Pesquero en consenso con el equipo de gobierno.

1.3.2. EXPERIENCIAS PREVIAS

Con el paso progresivo de conversión de las ciudades en destinos turísticos, aparece el concepto del turismo como sector terciario, capaz de revitalizar, regenerar y transformar las ciudades.

Actualmente son los propios núcleos urbanos los que han de ser la fuente de su progreso; han de generar sus nuevas propuestas, innovar y poner en marcha las medidas adecuadas y han de ser la fuente de la cultura de los territorios.

La ciudad se ha convertido en el espacio más idóneo tanto para vivir como para visitar, y es gracias a su variada y numerosa oferta. Y es por ello que la demanda exige ciertos mínimos, como mejores condiciones de movilidad y transporte, aparición de destinos más económicos, e información completa y actualizada en las tecnologías de la comunicación. Cuando uno de éstos cojea, o ha dejado de estar a la cabeza, comienza su declive.

Al iniciar las medidas para paliar este declive, la gestión pública ha de evaluar el papel fundamental del turismo como estrategia de desarrollo, al igual que el desarrollo funcional y sostenible de la ciudad, lo que obliga a estudiar el dimorfismo de la suma de la naturaleza pública y privada del espacio, asumiendo los conflictos como un elemento innato.

En los siguientes apartados, se presentan algunas experiencias y buenas prácticas realizadas en destinos con características comunes al Barrio Pesquero de Santander, observándose cómo y qué medidas se han implantado para la renovación de destinos, adaptándose a las exigencias de los nuevos mercados turísticos.

1.3.2.1. LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL Y EL PLAN QUALIFICA

A partir de la publicación de Navarro (2012), se han podido documentar y conocer las características de este Plan y sus consecuencias en la Costa del Sol. El *Plan Qualifica* consiste en el planteamiento de un análisis realista, el cuál basa sus principios en la rehabilitación del patrimonio y del espacio turístico, cobijándose bajo pautas de sostenibilidad, y rentabilidad socioeconómica, apostando siempre por la diferenciación de los productos antes que por la estandarización. Para lograr esta misión, centra sus esfuerzos en tres puntos específicos:

1. Lograr un aumento en el bienestar social de los residentes y de los turistas.
2. Aumentar los beneficios públicos y privados, fomentando el empleo directo y mejorando la situación de los diversos subsectores de la economía local.

3. Garantizar el desarrollo compatible con el medio ambiente a largo plazo, mediante actuaciones que mejoren el entorno natural, urbano y cultural, respetando y conservando la identidad del destino.

Este plan se implantó en una superficie de 658 Km², en un total de ocho municipios andaluces. Inició su desarrollo en el año 2005, cuando comenzó el descenso en los beneficios económicos, el déficit de las infraestructuras y se agravó la pérdida de calidad medioambiental, actualmente los procesos de cambio y mejora siguen en marcha.

Los principales usos turísticos del litoral malagueño se basan en el modelo ya explotado de *sol y playa*, formato que si no es complementado con la diversificación y mejora de productos, alcanzaría su capacidad máxima y dejaría de ser sostenible.

Del total del presupuesto estimado para el desarrollo de las estrategias de gestión, destaca con un 44% del total, la mejora de la calidad medioambiental, con un 16% la modernización de las empresas y de los productos turísticos, y con cifras similares se encuentra la revitalización de centros y espacios turísticos, y la diversificación y diferenciación de productos.

1.3.2.2. PLAN COSTA BLANCA CULTURA

El presente subapartado se acoge a los datos recopilados en la publicación de Navalón y Rico (2012) y se ha podido investigar sobre la renovación de destinos litorales maduros a partir del patrimonio cultural.

La Costa Blanca como destino turístico ha presentado y presenta una amplia oferta de productos y servicios, pero en el contexto actual de dinamización y diversificación, tiene grandes competidores. Por lo que, para garantizar la competitividad, han decidido darle un empuje al patrimonio cultural que permita la renovación.

Para la elaboración de este plan se parte de la siguiente premisa "*El patrimonio posee dos tipos de valores, el valor de consumo y el valor de uso.*" Se entiende por valor de consumo la originalidad o extravagancia de los bienes, que permite sacar una rentabilidad económica mediante la explotación turística, siempre manteniendo como objetivo principal la conservación, protección y difusión de los recursos. Mientras que por valor de uso se hace referencia a la identidad de la sociedad, a su historia, es la esencia que quiere transmitir.

Los objetivos clave de este proyecto giran en torno a la valorización y dinamización, y se culminan con tres premisas:

1. Reforzar la importancia del patrimonio cultural, de modo que sea un legado a preservar, a parte de un potencial para la creación de elementos turísticos-recreativos.
2. Definir productos turísticos culturales, observando las nuevas tendencias del mercado turístico.
3. Contribuir a la diversificación turística, integrando así los municipios litorales con los de interior.

Para establecer los parámetros concretos desde los que parte el plan se realizó un estudio DAFO en el que salieron a relucir las debilidades y amenazas del enfoque turístico de la Costa Blanca.

- Se observa una imagen turística demasiado focalizada en el producto de sol y playa, lo cual ocasiona que
- el patrimonio cultural ha sido infravalorado.
- Hay una escasa formación y experiencia laboral, al igual que
- una escasa interpretación y promoción.
- Se observan problemas graves de accesibilidad y señalización.
- No se observa conexión entre agentes públicos y privados, en busca de un fin común y,
- no hay conexión entre los recursos culturales, sino que dan la sensación de ser puntos aislados.

La estrategia emprendida para suavizar y llegar a solventar las anteriores debilidades y amenazas, fue la creación de ejes temáticos territoriales, capaces de generar una oferta cultural coherente: Turismo arqueológico, industrial, patrimonial, enológico, museístico y, urbano y patrimonial. Para su creación y puesta en marcha se buscó la colaboración activa de todos los agentes; concejales, técnicos de turismo y cultura, gestores de monumentos, responsables de museos y empresas.

1.3.2.3. GANDÍA Y SUS PRÁCTICAS DE RENOVACIÓN TURÍSTICA

A partir de la publicación de Obiol y Ferrandis (2012). Se ha estudiado el siguiente caso concreto de Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Los destinos turísticos se configuran de modo que se alcance la mejor calidad de vida para los ciudadanos y para los visitantes. Para lograrlo, se necesita una alta rentabilidad, la cual es generada atrayendo al mayor número de turistas posibles.

En un destino cuyo principal recurso es la playa, como el caso de Gandía, se ha de apostar fuerte por la calidad y diferenciación de los productos. Esta renovación surge como respuesta a las cambiantes peticiones de la demanda.

En los años 90 se creó el CIT, «Centro de Iniciativas Turísticas de Gandía», órgano dependiente de la concejalía a través del Patronato de Turismo, en el cuál se recogen los actuales proyectos:

1. Renovación de infraestructuras

Se han llevado a cabo numerosas mejoras de los servicios de la ciudad, entre ellas destaca la construcción de dos grandes balsas que acogen las escorrentías en periodos de fuertes lluvias, evitando así las inundaciones y enormes pérdidas que éstas conllevan, y la remodelación de una gran zona residencial considerada contraproducente, haciéndola más dinámica con la construcción de un gran boulevard comercial.

Pero el mayor debate al que se presenta la ciudad es la posible implantación del tranvía que comunica el centro de la ciudad con la playa. Éste pretende comunicar todo el disgregado territorio haciendo de él solamente uno. Se uniría el centro histórico, la zona comercial y la playa; facilitando los desplazamientos de ciudadanos y visitantes.

2. La estructura de nuevos productos turísticos y potencialización de los existentes

En Gandía se ha apostado por la náutica deportiva o de recreo, tanto es así que se está barajando la posibilidad de albergar la única subselección de la *America's Cup*, la mundial competición de veleros. Al verse en esta posibilidad, las infraestructuras náuticas fueron ampliadas y renovadas, y de forma indirecta, se vio potenciado otro nicho turístico gracias a las nuevas condiciones para el amarre de maxi-yates.

Uno de los nuevos y más fuerte productos aquí implantados es la creación de nuevos campos de golf.

Con estas medidas se pretende paliar el cese de actividad de los hoteles entre los meses de noviembre y febrero.

3. Promoción, información y comercialización turística

En lo referido a este apartado se observan dos enfoques diferentes:

1. La mayor orientación hacia el mercado del IMSERSO, ya que es un sector que ocupa el 50% de la demanda correspondiente en temporada baja, y su empuje podría alcanzar cifras muy elevadas disminuyendo la estacionalización.

Y 2. La renovación focalizada a mejorar la gestión de la calidad, con la implantación de la ISO 9001, la ISO 14000 y la tan valorada «Q» de calidad turística.

4. Gestión turística local

La gestión integrada se ha establecido como la clave para evitar la sensación de dispersión en el territorio y comunicar entre sí todas las zonas; para ello, se ha optado por implementar una señalización clara y continua en el municipio.

1.4. METODOLOGÍA

En las siguientes líneas se explicará detalladamente cómo se ha realizado el proceso llevado a cabo para la elaboración del presente trabajo de investigación.

Este proyecto ha sido confeccionado utilizando diversos métodos de estudio, centrándose en primer lugar en la búsqueda y selección de la información, lectura y síntesis de diversos artículos pertenecientes tanto a libros como a fuentes electrónicas y opiniones basadas en el conocimiento previo y experiencias de aquellos encuestados y entrevistados que conoceremos más adelante.

Toda esta información se puede clasificar en dos tipos de fuentes:

- Fuentes primarias: campo que engloba 40 encuestas realizadas a turistas en el Barrio Pesquero, por lo tanto no residentes en Cantabria, 25 orientadas a la cumplimentación por parte de la población local, y otras 25 contestadas por los trabajadores de los locales de hostelería presentes en el mencionado área.

Todas estas encuestas han sido realizadas en varias sesiones, comprendidas entre el domingo 1 de abril y el martes 1 de mayo de 2018.

En lo referente a la encuesta cuya resolución corresponde a los turistas (ver ANEXO I), el formulario consta de la siguiente estructura: un total de doce preguntas de las cuales cinco corresponden a la estructura de respuesta cerrada, dos son de múltiple elección, dos preguntas permiten una respuesta abierta y las tres restantes permiten al encuestado establecer un ranking por preferencia de las opciones dadas. Estas encuestas fueron realizadas a un total de cuarenta individuos.

Aquellas encuestas orientadas a los residentes del Barrio Pesquero (ver ANEXO II), se realizaron a una muestra total de veinticinco, y constan únicamente de tres preguntas: dos de ellas son cerradas, orientadas a conocer la opinión que tienen sobre el turismo y su presencia en la zona, y una es abierta, cuya misión es saber bajo su juicio, cuál o cuáles serían unas buenas mejoras, tanto para sí mismos como para cualquier visitante.

En último lugar, las encuestas dirigidas a todos aquellos cuya actividad laboral radica en el área analizada (ver ANEXO III), se ven formadas por cuatro cuestiones que respondieron veinticinco empleados diferentes: las tres primeras se encaminan a conocer su opinión sobre la gestión y el volumen de trabajo generado por los turistas, mientras que la cuarta, al igual que los dos cuestionarios anteriores, se centra en descubrir, a modo de respuesta abierta, la opinión personal sobre qué acciones emprender para convertir el Barrio Pesquero en un núcleo de gran atractivo turístico.

Por otra parte, como fuentes primarias también se ha realizado otra entrevista personal a Pilar del Castillo, portavoz de la Asociación de Vecinos Sotileza-Barrio Pesquero (ver ANEXO IV), realizada el pasado 30 de abril de 2018, tuvo lugar en la Calle Marqués de la Ensenada s/n. Con la realización de esta entrevista personal, se ha adquirido información muy valiosa a partir de la cual elaborar el presente Trabajo de Fin de Grado.

- Fuentes secundarias: para realizar la búsqueda de información necesaria para la elaboración de este trabajo, se han usado en su gran mayoría: enciclopedias de temática histórica sobre Cantabria y artículos de noticias de carácter actual sobre la situación del Barrio Pesquero, de las cuales, la gran mayoría han sido extraídas del portal web del Ayuntamiento de Santander, y otras tantas del periódico regional *El Diario Montañés*.

El orden para la redacción de toda esta suma de información, fue iniciado con la síntesis de los acontecimientos más destacados que lograron convertir a la ciudad de Santander en lo que es ahora, gracias a la fuerte presencia e importancia del puerto.

En segundo lugar, se han estudiado casos de destinos costeros españoles que también han necesitado de un proceso de revitalización para volver a su auge.

A partir de aquí, el trabajo de campo se hace imprescindible, sin disponer de los conocimientos e ideas de los residentes, trabajadores y visitantes, sería inviable la elaboración de un correcto proyecto de fin de carrera.

Con este trabajo realizado, el documento continúa su curso estudiando las características del Barrio Pesquero como destino turístico en sí, analizando por separado el contexto actual en el que se desarrolla, sus órganos de gestión y su oferta y demanda. Posteriormente se ha elaborado un análisis DAFO, en el que salen a relucir las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, seguidas por una matriz de impacto cruzado que permite comprobar las influencias de unas sobre las otras.

Tras aprehender tanto sobre el área, el presente trabajo finaliza aportando las conclusiones personales y una propuesta capaz de convertir el Barrio Pesquero en un núcleo urbano de interés para los habitantes y para los visitantes.

2. EL BARRIO PESQUERO COMO DESTINO TURÍSTICO

2.1. CONTEXTO ACTUAL DEL BARRIO PESQUERO

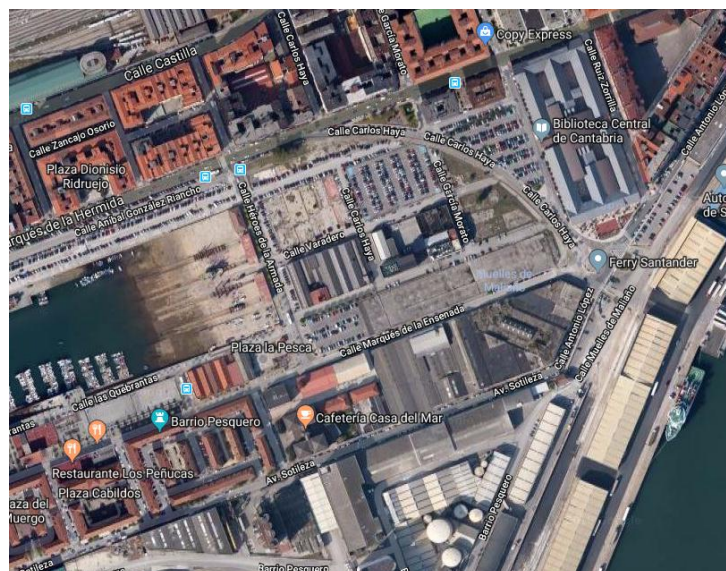
Hoy por hoy, el Barrio Pesquero se puede definir por su marcada especialización en el arte culinario con ingredientes de la mar, integrada en el marco de un tranquilo barrio residencial.

Esta fama le ha sido otorgada gracias a la excelente calidad de sus servicios y al reconocimiento del valor y promoción de la zona mediante la señalización especial presente en los planos turísticos de la ciudad brindados por el Ayuntamiento de Santander.

El ayuntamiento de la capital cántabra tiene marcados como pendientes varios proyectos de fomento del barrio, entre los cuales, el mayor consiste en la reorganización del Varadero, ideado en conjunto por los vecinos y la junta del ayuntamiento. Como podemos observar en *Aprobado el convenio con el Puerto para reorganizar Varadero (24 junio 2017) eldiario.es*, el proyecto consta de la modificación de 19.000 metros cuadrados con un presupuesto de 1,5 millones de euros.

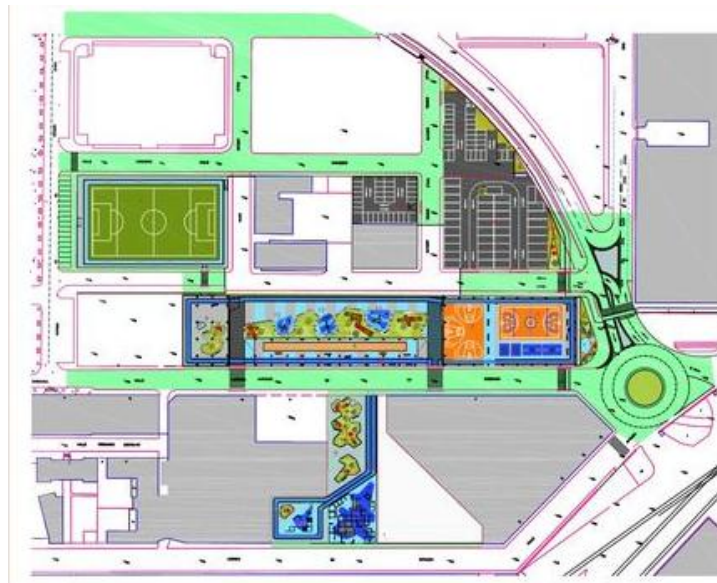
Éste tiene como propósito emplear terrenos en desuso y restaurar las zonas deterioradas, a la vez que se amplían las dotaciones del barrio; el plan contempla la construcción de varias zonas de descanso, áreas de juego infantiles, espacios verdes y 80 plazas nuevas de aparcamiento, como mobiliario urbano. Como nuevo mobiliario deportivo, se contaría con la construcción de canchas de baloncesto, un campo de fútbol 7, una zona especial para practicar *parkour* y *street workout* y un circuito de running.

Imagen 2: Fotografía aérea del Barrio Pesquero.



FUENTE: Google Maps.

Imagen 3: Plano de ordenación del Varadero.



FUENTE: Ayuntamiento de Santander.

En la imagen número uno observamos el estado actual de la zona sobre la que está previsto el desarrollo del proyecto, gracias a una imagen aérea de Google Maps. Mientras que en la imagen número dos podemos observar la ubicación de los nuevos proyectos, todos ellos emplazados en áreas que actualmente se encuentran en desuso. El cambio que genera más impacto es la importancia que se le da a la práctica de deporte en este nuevo diseño.

A pesar de haber sido aprobado en junio del año pasado y de tener su previsto inicio a finales del mismo verano, con una duración de construcción de entre dos y tres meses, el plan sigue en fase de desarrollo.

Actualmente este es el proyecto más grande, pero otros muchos anteriores también son de destacar; como las acciones emprendidas en 2015, año en el cual se solicitó una ayuda europea para invertir en la mejora y desarrollo de siete zonas santanderinas, entre las cuales se encuentra el Barrio Pesquero, con un total de 3,8 millones de euros. Este proyecto tuvo la misión de implantar una Estrategia Integrada de Desarrollo Urbano Sostenible, con la que se promovió el crecimiento inteligente, sostenible e integrador del núcleo a través de medidas sociales, como: el empleo, la movilidad, las tecnologías o el medio ambiente.

O las emprendidas por *Música en Grande*, festival que ya se ha celebrado por diez años en Santander, y en el pasado 2017 recaudó dinero para la Escuela Infantil Marqués de Valterra, la cual se encarga de las cuestiones pedagógicas, económicas y de atención a la primera infancia, al igual que con las familias del entorno que necesiten colaboración en temas de violencia de género o a grupos sociales en riesgo de exclusión.

Como una de las últimas y más recientes mejoras, podemos encontrar la limpieza y mantenimiento de la rampa de Raos número 8 en el barrio, durante el mes de mayo del presente 2018.

Imagen 4: Avenida principal del Barrio Pesquero.



FUENTE: Elaboración propia.

Todos estos anteriormente expuestos son de suma importancia, al igual que otros tantos que han sido elaborados pero que actualmente permanecen en el tintero, esperando la oportunidad de ser llevados a cabo, como es el caso del Trabajo de Fin de Carrera de la Universidad de Turismo Altamira, *Simulación turística de un barco pesquero*, por Daniel Álvarez Lorenzo, dirigido por Juan Saiz Ipiña (2015). En este trabajo se contempla la posibilidad de pluralizar las actividades de un buque real que actualmente solo tiene la función de pesquero, la propuesta para su segunda vida, consiste en el diseño de dos proyectos:

- Uno primero, enfocado a los más curiosos e intrépidos, orientado a dos perspectivas; una en la que la actividad pesquera y la turística se compaginarían creando una experiencia única. La presente consiste en una estancia de una semana de duración a bordo del *Astisol* con un máximo de 4 turistas-tripulantes, a los que se les llevaría a lo largo de la costa francesa mientras se integran con los profesionales y viven de primera mano la cultura marinera. Y una segunda perspectiva, con una duración de nueve horas y un total de 10 pasajeros máximo que consistiría en realizar el trayecto Santander-Laredo, a la par que se descubre la bahía y la costa, los turistas tendrían la oportunidad de conocer el funcionamiento de la maquinaria interna de mano del

patrón. Los turistas también podrían experimentar la sensación de la pesca, posterior tratado y venta.

- Y uno segundo, dirigido al público en general, en el que en las horas que el barco permanezca inoperativo, sería utilizado de forma lúdica como museo flotante. Este producto sería complementado con una visita a la lonja de Santander y a las bodegas en las cuales con almacenados los elementos imprescindibles para la actividad pesquera.

La suma de estos proyectos tiene como fin mejorar las condiciones del barrio y de los vecinos, a la par que atraer el movimiento de los santanderinos y fomentar una imagen de unión con todo el conjunto de Santander.

2.2. ÓRGANO GESTOR

Como órgano gestor en el presente contexto, se entiende aquel ente encargado de la competencia de la correcta administración de un territorio.

A fecha de la elaboración de este proyecto, el mayor órgano gestor con el que cuenta el Barrio Pesquero es el Ayuntamiento, encargado de conservarlo, mejorarlo y potenciar su valor. El ayuntamiento se encarga de idear los planes de mejora en consenso con los vecinos del mismo y de ponerlos en marcha.

Pero, por el contrario, el órgano que más hincapié realiza por el fomento y mejora del mismo es la Asociación de Vecinos Sotileza Barrio Pesquero, la cual lleva a cabo reuniones y jornadas de reflexión cada lunes y miércoles en las instalaciones propias para ello.

Este ente es el encargado de manifestar al Ayuntamiento de Santander todas las cuestiones referentes a mejoras, sugerencias, inconvenientes y demás asuntos.

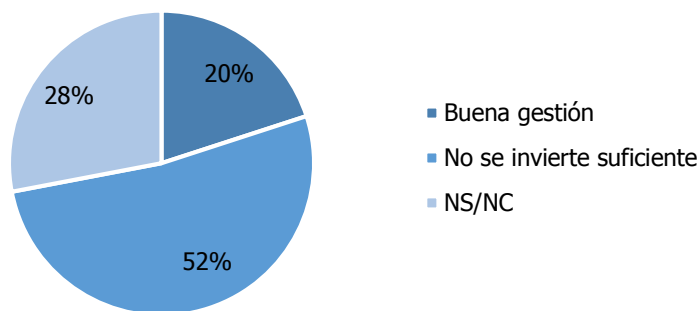
La asociación no sólo se encarga de hacer de portavoz con el ayuntamiento, sino que cada año, se encarga de sacar adelante las celebraciones del 17 de julio, que, como buen barrio marinero, le debe su vocación y admiración a la Virgen del Carmen, celebrado tal día.

Como otro órgano gestor también es merecido de reconocimiento el Gobierno de Cantabria, en cuya página web es promocionado y descrito para el conocimiento de todos aquellos que se interesen por la capital cántabra.

La percepción del grupo de interés conformado por los trabajadores de los establecimientos hosteleros sobre la gestión actualmente llevada a cabo, ha sido estudiada mediante una encuesta en el periodo de trabajo de campo (ver ANEXO III), y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

El 52% opina que no se invierten los suficientes fondos, siendo solamente un total del 20% los que creen que se lleva a cabo una buena gestión, mientras que el 28% prefieren mantenerse al margen de responder.

Gráfico 1: ¿Qué opina de la gestión del Barrio Pesquero?



FUENTE: Elaboración propia.

2.3. OFERTA ACTUAL

2.3.1. RESTAURACIÓN

En este aspecto, lo que la zona ofrece mayoritariamente, y gracias a lo cual se mantiene viva, es un gran número de bares y restaurantes en comparación con su expansión territorial, a parte de una fuerte especialización como destino de calidad gastronómica.

El barrio cuenta con una veintena de bares y restaurantes compitiendo por los mismos clientes.

Es por ello que goza de una mención especial en los mapas de información turística que diseña el Ayuntamiento de Santander.

La tendencia actual del turista es guiarse por el boca a boca de quién ya estuvo, pero en caso de no disponer de esta recomendación, el filtro por el que han de pasar los establecimientos para ser elegidos o no es Internet. Páginas web como *comerensantander*, *mulecarajonero*, o la tan famosa *tripadvisor*, son ejemplos excelentes de ello.

En estas plataformas sale a relucir lo bien valorados que están estos establecimientos. Se encuentra una breve descripción de los mismos en los que hay información sobre la historia del barrio y del propio restaurante, aparte de información sobre la carta, los precios, el origen de los productos y las opiniones de otros usuarios. La última de las páginas anteriormente mencionadas, permite realizar la reserva de modo on-line.

Procesando la información que nos brindan las anteriores, se observa que todos los restaurantes del Barrio Pesquero cuentan con una puntuación de 4/5, con alguna excepción que se queda a medio punto del máximo, y que todos ellos, a su vez, ofrecen unos menús de entre 25 y 40 euros por cabeza.

Como podemos comprobar, actualmente estos establecimientos hosteleros se encuentran realmente cerca o sobrepasando el punto de *notable alto* en lo referido a la reputación online. También es de destacar que todos ellos son *visibles* en Internet, ya que están presentes en la red. Que todos ellos son *estables* ya que se pueden encontrar más de diez comentarios por parte de los usuarios sobre ellos. Y que son *satisfactorios* ya que sus valoraciones son realmente altas y positivas.

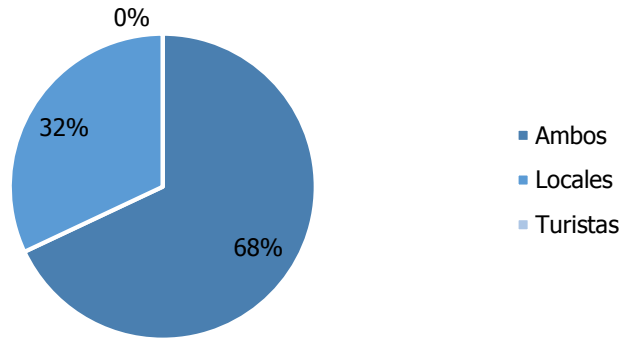
Se observa que todos estos establecimientos tienen unas características muy similares, y que apenas presentan diferenciación; comparten profundas similitudes hasta un amplio nivel de competencia, como se puede observar a continuación:

- Deseo: los servicios que ofrecen todos estos locales de hostelería satisfacen la misma necesidad básica, *comer*.
- Genérico: la especialización de estos restaurantes es la misma, *productos de calidad típicos del mar*.
- Forma: brindan menús casi idénticos a precios muy similares, y no presentan orientaciones hacia ningún nicho de mercado en concreto.

Con el fin de recopilar una información más completa, se ha encuestado a un total de 25 trabajadores (ver ANEXO III) de este ámbito laboral, sobre sus actividades laborales y sobre la influencia y percepción del turismo en su día a día. Se elaboró una breve encuesta cuyos resultados fueron los siguientes:

- En cuanto al tipo de clientela que frecuenta los establecimientos, se ha descubierto que al 68% de los locales son frecuentados tanto por turistas como por locales a cifras casi iguales, mientras que el 32% restante asume que principal y mayoritariamente son los locales quienes gozan de sus servicios.

Gráfico 2: ¿Qué tipo de clientes acuden más a su establecimiento?



FUENTE: Elaboración propia.

- También fueron preguntados por sus ingresos, más concreto, por su cifra de negocio en periodos festivos. A esta pregunta, el 96% de ellos reconocieron que sus beneficios aumentaban durante estos periodos, a excepción de un único local, que afirma que se mantienen estables.
- Y por último, como respuesta abierta en la que expresar sus ideas y opiniones, se les dio la oportunidad de sugerir cambios o mejoras para el barrio. En este punto, la inmensa mayoría coincidió en la necesidad de un buen sistema de promoción, y algunos de ellos sugirieron la creación de rutas turístico-gastronómicas o de la posibilidad de una asociación entre restaurantes para una experiencia más completa. Otras sugerencias muy reiteradas fueron la celebración de mercadillos, festivales o musicales en las calles para así avivar el espíritu del barrio. En menor medida, otras de las respuestas obtenidas fueron la mejora del aspecto de las viviendas, la necesidad de contar con actividades para niños, la mejora de las condiciones del transporte público o la posibilidad de celebrar actividades deportivas.

2.3.2. ALOJAMIENTOS

Por otra parte, en este barrio de Santander, la única oferta posible en cuanto a alojamientos, lo poseen las viviendas colaborativas, en concreto AirBnB: con el alquiler de dos habitaciones

en dos viviendas diferentes, ambas de uso individual. Ambas ofrecen unas características casi idénticas y su diferencia de precios solo varía en un euro.

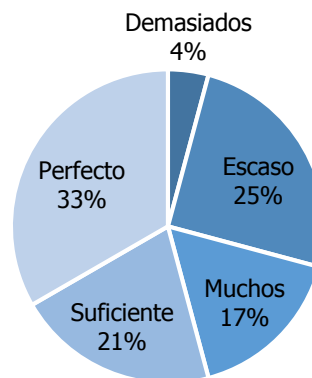
En lo referido a hoteles, hostales, pensiones y el resto de modalidades de alojamiento, no se observa ningún servicio en dicha zona, mientras que en todas las áreas colindantes los podemos encontrar en abundancia.

2.3.3. OPINIÓN DE LOS RESIDENTES SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA

Para completar la información referente a la oferta presente en el Barrio Pesquero se ha procedido a preguntar a sus propios habitantes. Con una totalidad de 25 vecinos encuestados (véase encuesta en ANEXO II) se han obtenido las siguientes conclusiones:

- A la primera pregunta referida al número de turistas que acuden al barrio en relación con la percepción que tienen los propios vecinos sobre ellos, se ha obtenido qué: La mayoría de los encuestados, con un 33%, opinan que el número de turistas presentes es perfecto, que no dificultan las labores diarias y que permiten un correcto desarrollo, mientras que una minoría del 4% cree que acuden demasiados

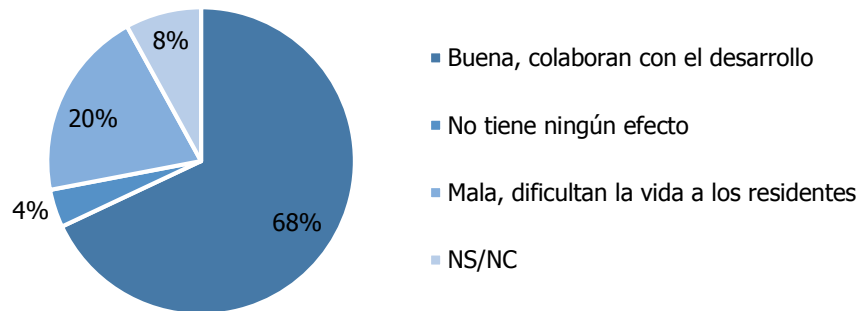
Gráfico 3: ¿Cómo considera el número de turistas?



FUENTE: Elaboración propia.

- A la hora de responder sobre la percepción que presentaban sobre el turismo, y más en particular sobre él en la ciudad de Santander, se ha obtenido con un 68% del total de las respuestas que es un medio que colabora con el desarrollo y que, por tanto, están de acuerdo con su presencia; pero un total del 20% de los encuestados creen que dificulta la vida de los residentes, una cifra muy alta que se deberá tener en cuenta y reducir en futuras medidas.

Gráfico 4: ¿Cuál es su opinión sobre el turismo?



FUENTE: Elaboración propia.

- En la tercera y última pregunta, se les dio la oportunidad de proponer mejoras o cambios en el barrio a modo de pregunta abierta, y muchas de las respuestas aquí obtenidas presentan similitudes con las dadas por los empleados del sector hostelero. Una de las respuestas más reiteradas es la necesidad de reparación de las fachadas de las viviendas, seguido por la carencia de tours ni específicos ni globales, como el caso del City Sightseeing que no circula por la zona ni por sus proximidades. Otra de las respuestas repetidas es la falta de animación, que los residentes solventarían con la creación de un centro cívico que impartiese talleres, clases y actividades lúdicas y actividades callejeras como música ambulante, mercadillos o celebración de festividades olvidadas.

2.4. DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística se define como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades (OMT, 2000).

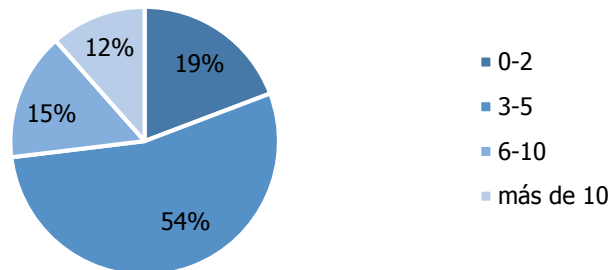
Para la elaboración del presente subapartado se tendrán en cuenta las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas a los turistas (véanse las cuestiones en ANEXO I) entrevistados en el Barrio Pesquero.

Con una muestra total de 40 visitantes se han extraído los siguientes resultados:

- El 65% de los encuestados quedaron tan satisfechos con su primera visita a Santander que decidieron repetir la experiencia, y de este 100% del total que decidieron volver, más de la mitad, el 53,8% han estado entre 3 y 5 veces antes,

seguidos por un 19,2% que reconocen haber estado 1 o 2 veces anteriormente, en tercer lugar, con un 15,4% aquellos que han viajado a Santander entre 6 y 10 veces, quedando en última posición con 11,5% quienes han estado más de 10 veces.

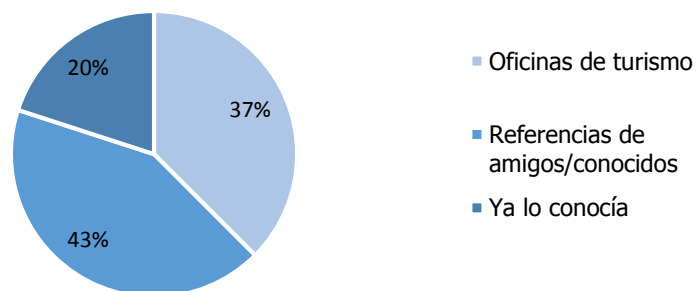
Gráfico 5: ¿Cuántas veces había estado antes en Santander?



FUENTE: Elaboración propia.

- En cuanto a las respuestas obtenidas sobre cómo conocieron el Barrio Pesquero, el 42,5% declaró que fueron recomendados por amigos, familiares o conocidos que anteriormente habían estado, seguidos por un 37,5% que le deben la visita a la promoción dada en las oficinas turísticas de Santander, mientras que el porcentaje restante afirma que lo conocía de visitas anteriores.

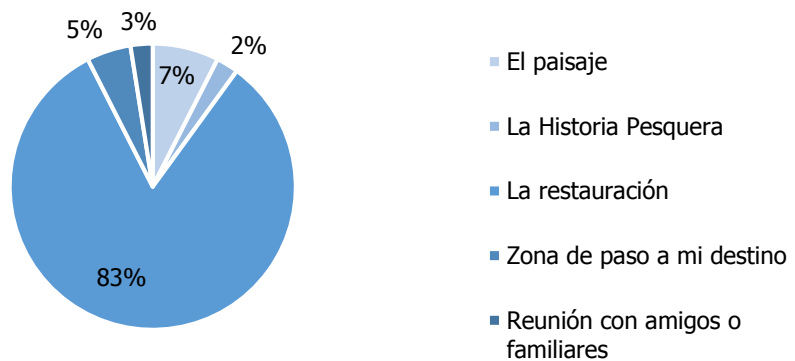
Gráfico 6: ¿Cómo conoció el Barrio Pesquero?



FUENTE: Elaboración propia.

- A continuación, como resolución a cerca del motivo de la visita del barrio, se observa que, con gran diferencia, la restauración es la razón número uno para acudir, con un total de 82,5% de respuestas a su favor, seguido muy de lejos por el paisaje, con un 7,5%, y por ser una zona de paso para el turista encuestado, quedando en último puesto el Barrio Pesquero como lugar de reunión con amigos y/o familiares, con únicamente un 2,5% de encuestados a su favor.

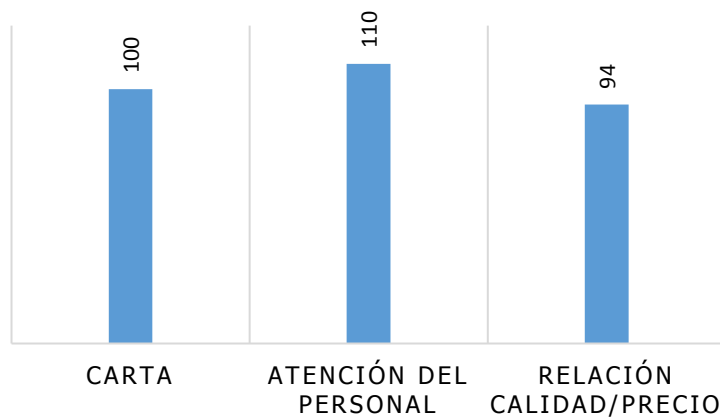
Gráfico 7: Motivo principal de su visita al Barrio Pesquero



FUENTE: Elaboración propia

- A la hora de responder las encuestas, un total del 62,5% de los encuestados afirmaron haber probado ya uno de los restaurantes existentes, y tras solicitarles evaluar los servicios del mismo, siendo la nota máxima que se pudiera otorgar a cada una de las categorías un cinco, y la mínima un uno, estos fueron los resultados obtenidos para cada una de las categorías:
 - En lo referido a la atención brindada por el personal de los mismos, se alcanza la cifra más alta, sumando un total de 110, que nos genera una media de 4,4 también sobre 5.
 - La carta disponible de los restaurantes fue evaluada con un total de 105 puntos sobre los 125 máximos posibles, obteniendo una media de 4,2 sobre 5, quedando en segundo lugar.
 - Y por último, al solicitarles evaluar la relación calidad/precio, bajo su criterio, es el peor evaluado, alcanzando los 94 puntos sobre 125, y obteniendo una media de 3,7/5.

Gráfico 8: Puntúe del 1 al 5 los siguientes aspectos:



FUENTE: Elaboración propia

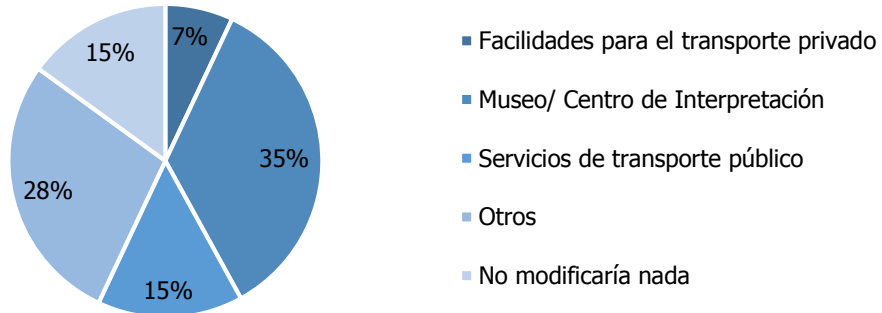
- En la siguiente pregunta se proponía un ejercicio similar: crear un ranking con cinco recursos de la zona para evaluar el nivel de satisfacción. Los recursos sugeridos fueron: el paisaje, los restaurantes, la oferta cultural o de ocio, el comercio existente y la accesibilidad al área.

El *modus operandi* de esta pregunta consiste en establecer valores del 1 al 5, siendo el 1 el mejor valorado y el 5 el peor. El orden obtenido ha sido el siguiente:

1. Los restaurantes,
 2. el paisaje,
 3. la accesibilidad,
 4. el comercio y
 5. la oferta cultural o de ocio.
- Al llegar al ecuador del cuestionario se les preguntó a los turistas por las posibles mejoras o cambios en el área estudiada, basados en su opinión personal tras visitar el barrio.
Aquí observamos gran disparidad en las respuestas, aunque como claro vencedor está la creación de un museo o centro de interpretación con un 35% de apoyo, es decir, crear más ofertas de ocio y entretenimiento. En segundo puesto encontramos un empate al 15% entre aquellos que no consideran necesaria la implantación de ninguna nueva medida y quienes valorarían gratamente la presencia de más servicios de transporte público. En último lugar con un 7% se encuentran aquellos que opinan que lo más óptimo para el fomento del barrio es implantar mejoras en el transporte privado.

En cuanto al 28% de personas que eligieron añadir una respuesta propia en vez de elegir una de las sugeridas, encontramos una gran disparidad de respuestas, pero entre ellas, se observan coincidencias como la mejora del aspecto de las viviendas, o la apertura de más establecimientos comerciales.

Gráfico 9: ¿Qué considera necesario nmodificar o implementar?



FUENTE: Elaboración propia

- Terminando con los aspectos de valoración personal sobre el barrio, en la pregunta número ocho se preguntó por el grado de satisfacción que habían experimentado durante su visita, y tras elaborar los cálculos correspondientes, la puntuación media obtenida fue de 2,78 sobre 5, lo que revela el arduo trabajo que le queda por delante.

- La pregunta número nueve ofrece a los turistas encuestados una respuesta abierta, les da la oportunidad a expresar todas las opiniones, sugerencias y fallos que hayan observado durante su visita. Aquí se les pregunta qué han echado en falta y qué añadirían.

Hay gran variedad de respuestas, pero algunas de ellas son recurrentes como las relacionadas con el transporte: algunos sugieren una mejor red de transporte público con mayor frecuencia en los autobuses o integrando una parada de taxi, mientras que otros optan por facilitar el acceso con el vehículo propio mediante una mejor señalización y un mayor número de aparcamientos.

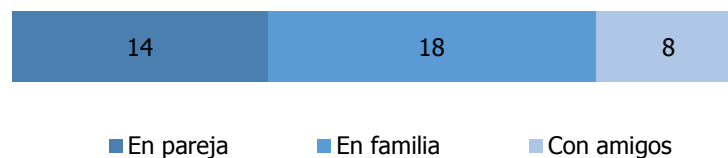
Otros tantos coinciden en mejorar la oferta comercial, bien sea con tiendas de productos típicos, con tiendas de souvenirs o incluso con un centro comercial.

Otras de las respuestas reiteradas son la incorporación de una oficina turística o más zonas verdes.

Pero sin duda, lo más repetido ha sido la necesidad de avivar las calles, de darles un enfoque menos serio y más divertido; muchos sugieren la necesidad de montar un mercadillo en el que vender productos típicos, recuerdos o artesanía, también opinan que es necesario que haya animación para los más pequeños, ya que no hay oferta de ocio para ellos, y otros tantos sugieren la creación de rutas gastronómicas, probando de cada local su plato estrella a la vez que se les van contando los secretos del barrio.

- Si nos referimos a los aspectos sociodemográficos, observamos que:
Casi la mitad de los encuestados han acudido al Barrio Pesquero en familia, seguido por aquellos que decidieron viajar con su pareja, mientras que nadie conocía el barrio por su cuenta ni mediante un grupo organizado.

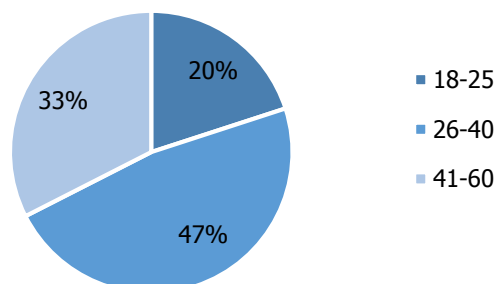
Gráfico 10: ¿Con quién ha venido?



FUENTE: Elaboración propia

En lo que concierne a la edad del sujeto, se establecieron cuatro rangos entre los que segmentar a los visitantes, siendo el rango de 26-40 años el más abundante con un 47,5%, seguido por aquellos comprendidos entre 41-60, con un 32,5%, siendo el total de 20% restante aquellos viajeros de entre 18 y 25 años, ya que en la muestra obtenida no se dio ningún caso de turistas mayores a 60 años.

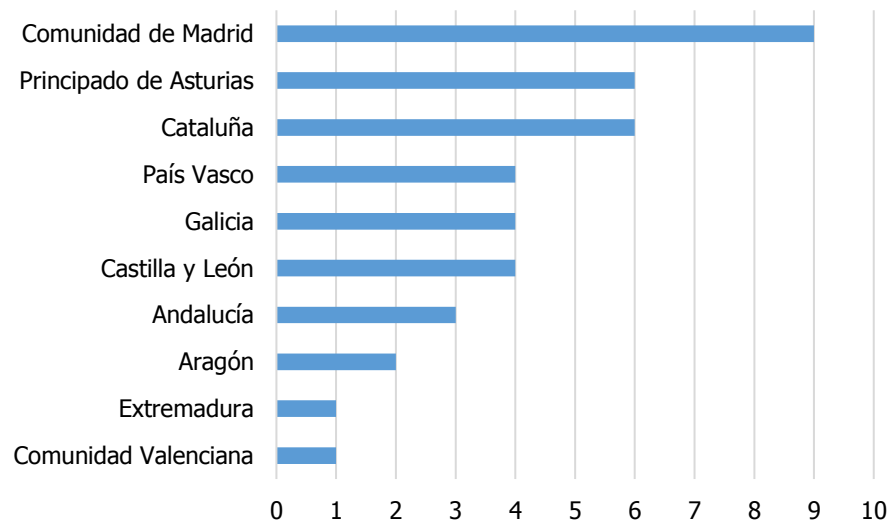
Gráfico 11: Intervalo de edad del encuestado



FUENTE: Elaboración propia

En cuanto al lugar habitual de residencia, los resultados obtenidos revelan una amplia disparidad de orígenes, aunque todos ellos procedentes de España. En el siguiente gráfico observamos el ranking de las Comunidades Autónomas de las cuales proceden los 40 encuestados:

Gráfico 12: Residencia habitual



FUENTE: Elaboración propia

Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

3. DIAGNÓSTICO DE LOS RESULTADOS

Las siguientes herramientas de análisis de la situación actual de la zona estudiada nos van a permitir focalizar las propuestas posteriores, teniendo como base los resultados del presente apartado.

3.1. DAFO

En las líneas inferiores, se presentará la primera técnica de análisis empleada, de elaboración propia, donde se ha redactado el esquema de los puntos destacados en lo referente al turismo en el Barrio Pesquero, tanto de los internos como de los externos, abarcando fortalezas y debilidades, por un lado, y amenazas y oportunidades por el otro.

DEBILIDADES

- Infrautilización e infravaloración del barrio debido a la falta de una oferta de servicios amplia y atractiva.
- Aspecto exterior de las viviendas en estado de precariedad.
- Dificultad para aparcar debido a la saturación presente en los aparcamientos colindantes por la ausencia de OLA.
- Escasa promoción turística.

AMENAZAS

- Estacionalidad muy marcada por temporadas, al igual que el conjunto de Santander.
- Fuga del capital debido al desplazamiento de los comercios a zonas más transitadas.
- Aislamiento del barrio por la falta de conectividad con el resto de Santander.
- Envejecimiento de la población por la salida de los jóvenes a zonas más productivas.

FORTALEZAS

- Amplia posibilidad de desarrollo de una oferta turística inexistente en el área.
- Zona popularmente conocida por su buena oferta gastronómica.
- Buena acogida por parte de los vecinos a los visitantes.
- Buenas críticas en foros de viajeros y en redes por parte de los usuarios.

OPORTUNIDADES

- Edificaciones y terrenos próximos disponibles para nuevas infraestructuras.

- Posibilidad de convertir el centro de Santander y el Barrio Pesquero en un todo integrado.
- Posibilidad de desarrollo económico con nuevas estrategias.
- Aptitud para una promoción orientada a un perfil de turista gastronómico exigente.

3.2. MIC

La técnica presentada en este apartado, consiste en la realización de una matriz de impactos cruzados. Tiene como fin observar la dependencia de los puntos anteriores entre sí, establecidos como primordiales en el análisis DAFO.

Para su elaboración se establecen valores comprendidos entre el 0 y el 3, correspondientes al nivel de relación existente entre cada uno de los puntos.

Tabla 1. Matriz de Impacto Cruzado

	O1	O2	O3	O4	A1	A2	A3	A4	TOTAL
F1	3	2	1	0	3	3	3	2	17
F2	0	2	2	3	1	0	0	0	8
F3	0	2	2	2	0	0	0	0	6
F4	0	2	3	3	0	0	0	0	8
D1	3	3	3	2	1	3	3	2	20
D2	0	2	1	2	0	1	0	2	8
D3	3	3	2	2	1	1	3	0	15
D4	2	2	3	3	3	2	2	2	19
TOTAL	11	18	17	17	9	10	11	8	

FUENTE: Elaboración propia

Tras establecer los valores correspondientes en la tabla superior, obtenemos como resultado lo siguiente:

- Por una parte, al relacionar del campo externo las oportunidades anteriormente expuestas junto con las fortalezas y debilidades internas, se obtiene que la posibilidad de convertir en un todo integrado Barrio Pesquero-Santander es la mejor opción para el desarrollo de la zona estudiada.

- Al igual, al confrontar las amenazas externas descritas con fortalezas y debilidades, se saca en claro que la peor amenaza sería el aislamiento del barrio debido a la falta de conectividad, claramente ligada con la oportunidad anterior.
- Contrastando todas las fortalezas intrínsecas con los factores externos, se revela que la mayor fortaleza actualmente es la creación de una oferta turística inexistente, es decir, la inmensa posibilidad de desarrollo.
- Por último, si se vinculan las cuatro debilidades descritas, con los mismos factores externos, la conclusión es que la mayor debilidad es el poco uso del mismo, es decir, la infrautilización por la falta de una oferta amplia y atractiva.



4. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

4.1. CONCLUSIONES

Este trabajo tiene como objetivo principal conocer el Barrio Pesquero de Santander; su historia, sus proyectos y objetivos y su oferta y demanda.

Tras la recopilación, análisis y exposición de la información hasta ahora escrita, en el presente apartado se resumen algunos de los aspectos valorados como destacados:

- La ciudad de Santander tiene una **orientación clara hacia la actividad marinera**, lo que es ahora se lo debe a las actividades llevadas a cabo en este ámbito durante toda la historia. Es por ello que no se puede permitir que un área que tanto nos ha dado caiga en el olvido o se vea infravalorada. Se ha descubierto que toda la oferta que éste barrio nos ofrece se basa única y exclusivamente en la gastronomía, y que los visitantes que acuden precisan de más servicios que actualmente no existen, o de mejorar los ahora presentes.

Un punto positivo de todo esto, son las medidas y proyectos impartidos por el Ayuntamiento que buscan el fomento e impulso.

- Tras analizar otros casos españoles de destinos costeros, cuya reconversión fuese necesaria para paliar su declive, se extraen de todos ellos unas condiciones indispensables que se han de cumplir:

1. La **necesidad de una gestión** en la que se tenga en cuenta las necesidades y preferencias de los habitantes, siempre tomados como preferentes a la hora de la toma de decisiones, ya que la calidad y condiciones de vida de los mismos han de primar sobre todo lo demás.
2. Se ha de **priorizar la importancia del patrimonio** y de su rehabilitación por encima de nuevos elementos que los suplanten, es decir, se ha de preservar todo aquello que ha convertido el destino en lo que es hoy por hoy.
3. La **diversificación turística** es el método por el cual se consiguen las metas. Con una diversificación adecuada se consigue atraer a un público potencial más elevado, se palian los estragos de la estacionalidad y se consigue un mayor beneficio que se traduce en mejoras para el destino.

- Con la elaboración de las encuestas a los visitantes ha salido a la luz la gran fama que tiene el Barrio Pesquero por la **calidad culinaria**, pero aún más, lo satisfechos que están sus clientes, tanto es así que consiguen influenciar con sus opiniones para que otros acudan a comprobarlo.
- A grandes rasgos, la sensación de los residentes y de los trabajadores del Barrio Pesquero **no muestran ninguna oposición ni rencilla al desarrollo del turismo**, al contrario: opinan que la presencia de éstos es beneficiosa y contribuye al desarrollo de la ciudad de Santander.

4.2. PROPUESTAS

Para concluir el presente trabajo de fin de grado, en las próximas y últimas líneas se van a exponer las propuestas personales de la autora, para potenciar el valor y el interés del barrio, éstas serán fundamentadas en los conocimientos y relatos obtenidos durante el proceso de elaboración del presente, conforme a los deseos y sugerencias de los propios vecinos y visitantes.

- La primera propuesta, y tal vez la más grande, es **la reconversión y remodelación de una nave abandonada en la Calle Marqués de la Ensenada**, en un Centro Cívico, en el cual se pudieran realizar actividades lúdicas con los más pequeños, talleres de diversa índole o exposiciones.

Imagen 5: Ubicación del Centro Cívico propuesto.



FUENTE: Elaboración propia.

Este espacio sería el lugar idóneo para que todos los ciudadanos de Santander, y los visitantes con más expectativas que disfrutar de la gastronomía se juntasen y disfrutasen de su tiempo de ocio.

Para que este proyecto fuese exitoso, se debería de contar con la total aprobación y colaboración por parte del ayuntamiento y de las autoridades portuarias, ya que entre ambas comparten la titularidad del terreno y han de mantener acuerdos cordiales.

Actualmente en Santander existen seis centros cívicos repartidos por el territorio, el más cercano al Barrio Pesquero es el C. C. Callealtero, ubicado en la Calle Alta. Las actividades de todos estos se encuentran clasificadas por categorías en una página web conjunta (*centroscivicosantander.com*) dependiente del ayuntamiento, en la cual, tras la creación de esta propuesta, sería de vital importancia llevar a cabo la promoción.

La presente propuesta presenta similitudes con los casos anteriormente vistos en el apartado de experiencias previas; con el caso de Gandía y sus prácticas de renovación turística, la necesidad de renovación constante de las infraestructuras, con el caso del Plan Qualifica la necesidad de buscar el bienestar social de los residentes, y con el plan Costa Blanca Cultura la importancia primordial a los productos turísticos culturales.

- Con el fin de mejorar el aspecto actual del barrio y aumentar el interés de los turistas y ciudadanos cántabros sobre el mismo, la segunda propuesta consiste en **renovar y culturizar las fachadas**; es decir, recrear con grandes murales escenas de los escritos de Jose María de Pereda, escritor al cual Santander debe tan parte de su fama. Sotileza, fue el primer nombre que recibió el barrio, y lo hizo gracias a él.

Obras específicas, orientadas al mar o a la acción marinera como *Baños del Sardinero*, *El raquero* o aquellas en las que habla de Cantabria como *El sabor de la tierruca*, serían una manera de mejorar la apariencia actual a la par que se convierte en un recurso valioso, único y reafirmaría el valor como destino turístico.

Esta medida se ve relacionada con la primera premisa del plan Costa Blanca Cultura, el cual establece que se ha de reforzar la importancia del patrimonio cultural, de modo que sea un legado a preservar.

- La tercera propuesta está relacionada con la **accesibilidad**: el Barrio Pesquero tiene la ventaja y suerte de ser una de las pocas zonas de Santander que goza de la

ausencia de desniveles e impedimentos para personas con movilidad reducida, y es por ello que se deberían mejorar los servicios para facilitarles la llegada hasta el mismo.

Actualmente son solo dos autobuses los que recorren la zona; el número 4 y el 14, y su frecuencia es de 15 y 20 minutos, desde las 7:25h hasta las 22:40h y 21:50h de la noche, respectivamente.

Esta es una frecuencia que puede parecer correcta, pero le hacen falta más elementos para facilitar su accesibilidad, como una correcta señalización a la entrada del barrio, ya que se puede caer en el error de ir al puerto en vez de a esta zona, o una ampliación del aparcamiento, ya que el existente al ser gratuito se llena de aquellos que van a recorrer el centro por no pagar la ola, quedando sin plazas los interesados en visitar el barrio.

Otro elemento básico del que carece el barrio en este sentido es de la presencia de una parada de Taxis, quien desee moverse de este modo deberá llamar o caminar hasta la parada más cercana, próxima al Parque de la Marga, a 15 minutos a pie.

Un caso previo se ha dado en el Plan Qualifica, con la necesidad de avanzar con un desarrollo sostenible y compatible en el medio.

- Como cuarta proposición, para **fomentar el flujo de viandantes por el área** y respondiendo a una de las sugerencias de mejora aportada tanto por turistas, vecinos y trabajadores, sería de gran interés la celebración semanal o quinquenal de un mercado o mercadillo; en el cual se venderían productos típicos, artículos artesanales y se disfrutaría de la degustación de platos de los restaurantes que quisieran adherirse a la celebración del mismo. Éstos podrían contar con un stand propio en el que ofertarse y promocionarse.
- En quinto lugar y relacionada con la anterior, la presente propuesta también consiste en **facilitar el movimiento de turistas**; mediante la construcción o adecuación de un alojamiento de calidad en la zona. La apertura del mismo serviría para promover un equilibrio en la oferta de todo el área, distribuyendo el impacto de los visitantes por toda la capital cántabra, ofreciendo también la aparición de empleos de calidad en el barrio y fomentando así la aparición de servicios complementarios a su alrededor.

Podemos observar que en el caso previo estudiado sobre Gandía se tiene en cuenta la necesidad de crear nuevos productos al igual que la importancia de la diversificación, en este caso, de la oferta hotelera en Santander.

Por último, cabe destacar que la orientación de esta área urbana todavía está por desarrollarse desde el punto de vista turístico. Tan solo los emprendimientos empresariales relacionados con la restauración han tenido cobijo en este territorio y la diversificación de la oferta de ocio, ya sea a través de convenios con los propios “trabajadores del mar”, o con la población en general, podría resaltar las grandes potencialidades que tiene este espacio como una alternativa real de ocio que actualmente explota la restauración.

En definitiva, la participación coordinada del ente gestor local, junto con las autoridades públicas (portuarias, ayuntamiento de Santander y Gobierno de Cantabria), podría ser el primer paso para desarrollar un proyecto turístico integral que permita a la ciudad contar con un nuevo espacio de ocio que todavía no se está explotando de forma adecuada, pese a las grandes características históricas y culturales que posee.



5. BIBLIOGRAFÍA

Airbnb (2008) <https://www.airbnb.es/> [Consulta 6 junio 2018]

Ayuntamiento de Santander (2015). *Invertir 7,6 millones en la mejora y desarrollo de uno de sus barrios*. Disponible <http://santander.es/contenido/noticia/santander-solicita-cofinanciacion-europea-proyecto-preve-invertir-76-millones-mejora-desarrollo> [Consulta 23 marzo 2018]

Ayuntamiento de Santander (2017). *Entrega recaudación solidaria Música en Grande*. Disponible: <http://santander.es/ayuntamiento/gobierno-municipal/agenda-institucional/entrega-recaudacion-solidaria-musica-grande> [Consulta 23 marzo 2018]

Comer en Santander (2018) <http://comerensantander.com/barrio-pesquero/> [Consulta 6 junio 2018]

El Mule Carajonero (2016) <http://www.mulecarajonero.com/> [Consulta 6 junio 2018]

Eldiario.es (2018). *Aprobado el convenio con el Puerto para reorganizar Varadero*. Disponible: https://www.eldiario.es/norte/cantabria/ultima-hora/Aprobado-convenio-Puerto-deportivas-Varadero_0_657934379.html [Consulta 08 mayo 2018]

Linares M., Uslé P., Aedo C. (1985). «Barrio Pesquero». Gran enciclopedia de Cantabria. Santander: Editorial Cantabria.

Museo del Turismo (2018). *Historia del Turismo de Gandía*. Disponible: <http://www.museodelturismo.org/index.php/exposiciones/historia-del-turismo/item/> [Consulta 06 abril 2018]

OMT (2018) <http://www2.unwto.org/> [Consulta 10 marzo 2018]

PUERTOSCANTABRIA (2018). "Puerto de Santander". Disponible en: <https://puertoscantabria.wordpress.com/category/historia/> [Consulta 10 marzo 2018]

Red Municipal de Centros Cívicos (2012) <https://www.centroscivicosantander.com/> [Consulta 6 junio 2018]

Tripadvisor (2000) https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187484-Santander_Cantabria.html [Consulta 6 junio 2018]

Vera J. F., López F., Marchena M.J., Antón S. (2011). «Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos». Valencia. Editorial: Tirant lo Blanch.

Vera J.F., Rodríguez I. (2012). «Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades». Universitat de València.



6. ANEXOS

6.1. ANEXO I. ENCUESTA A TURISTAS



1. ¿Es la primera vez que visita Santander?

☐ Sí (*saltar a 3*)

☐ No

2. ¿Cuántas veces ha venido antes a Santander?

☐ 0-2

☐ 6-10

☐ 3-5

☐ Más de 10

3. ¿Cómo conoció el Barrio Pesquero?

☐ Gracias a folletos o guías de viajes.

☐ Oficinas de turismo.

☐ Medios de comunicación.

☐ Por referencias de conocidos.

☐ Otros:

☐ Prensa o revistas especializadas.

4. ¿Cuál es el motivo principal por el que visita el Barrio Pesquero?

☐ Reunión con amigos o familiares.

☐ La restauración (*responder 5*).

☐ La historia pesquera.

☐ El paisaje.

☐ Zona de paso a mi destino.

☐ Otros:

5. Por favor, valore del 1 al 5 el restaurante que ha visitado:

☐ Aún no conozco ninguno.

La atención del personal _____ ☐

La carta disponible _____ ☐

La relación calidad/precio _____ ☐

6. Por favor, ordene del 1 al 5 los siguientes recursos de esta zona.

Paisaje_____ ☐

Comercio_____ ☐

Restaurantes_____ ☐

Accesibilidad (transporte) ☐

Oferta cultural o de ocio_____ ☐

7. ¿Qué considera necesario modificar / implementar en el Barrio Pesquero para fomentar su potencial?

☐ No cambiaría nada.

☐ Servicios de transporte público.

☐ Facilidades para el transporte privado.

☐ Museo/Centro de interpretación.

☐ Otros:

8. Por favor, indique su grado de satisfacción global con respecto al Barrio Pesquero:

1	2	3	4	5
<input type="text"/>				

9. ¿Qué ha echado en falta en esta área?, ¿Qué servicios añadiría?

10. ¿Con quién ha venido?

☐ Solo.

☐ En familia.

☐ Con amigos.

☐ En un grupo organizado.

☐ En pareja.

11. ¿En qué intervalo de edad se encuentra?

☐ 18-25 años.

☐ 41-60 años.

☐ 26-40 años.

☐ Más de 60 años.

12. ¿Cuál es su residencia habitual?

País:

Provincia:



6.2. ANEXO II. ENCUESTA A LOCALES



1. ¿Cómo considera el número de turistas del Barrio pesquero?

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Escaso. | <input type="checkbox"/> Muchos. |
| <input type="checkbox"/> Suficiente. | <input type="checkbox"/> Demasiados. |
| <input type="checkbox"/> Perfecto. | |

2. De las siguientes, ¿cuál se acerca más a su opinión hacia el turismo de Santander?

- ☐ Buena, colaboran con el desarrollo de la ciudad.
- ☐ No tienen ningún efecto, ni positivo ni negativo en Santander.
- ☐ Mala, dificultan la vida cotidiana a los santanderinos.
- ☐ NS/NC.

3. ¿Qué mejoraría/cambiaría del Barrio Pesquero si estuviera en su mano para fomentar su atractivo?

6.3. ANEXO III. ENCUESTA A EMPRESARIOS DEL SECTOR SERVICIOS



1. ¿Qué opinión tiene sobre la gestión del Barrio Pesquero?

- ☐ Se realiza una buena gestión de la zona.
- ☐ No se invierten suficientes fondos en las mejoras.
- ☐ NS/NC.

2. ¿Qué tipo de clientes acuden más a su establecimiento?

- ☐ Locales
- ☐ Turistas
- ☐ Ambos por igual

3. ¿Se ven incrementados sus ingresos en periodos festivos?

- ☐ Sí
- ☐ No

1. ¿Qué considera necesario modificar / implementar en el Barrio Pesquero para fomentar su potencial turístico?

6.4. ANEXO IV: ENTREVISTA A LA PORTAVOZ DE LA AAVV DE VECINOS SOTILEZA-BARRIO PESQUERO: PILAR DEL CASTILLO



¿Están satisfechos los vecinos con la gestión que se lleva a cabo en el Barrio Pesquero?

En general sí, hay situaciones en las que la celeridad de la resolución no es la más óptima. Tenemos que ser los vecinos los que hemos de estar pendientes de los incidentes, deberían de mostrar una iniciativa más colaborativa para la resolución de algunos de los problemas.

¿Qué se podría mejorar de esta gestión?

Una mayor comunicación, debería haber un canal eficiente y eficaz de comunicación que diera soluciones rápidas.

¿Cuáles dirían que son los puntos fuertes y débiles del Barrio Pesquero?

Uno de los puntos fuertes es la cantidad de espacio libre, muy superior en comparación al resto de Santander. Otro punto muy interesante son las fiestas del Carmen, del 12 al 16 de julio, en esos días el barrio se llena de gente. Actualmente llevamos cuatro años al mando de la organización de éstas y hemos conseguido relanzarlas, ahora vuelven a ser lo que eran hace muchos años.

Como debilidad, tenemos que tener en cuenta, que no estamos muy bien señalizados: cuando una persona quiere venir al barrio a veces se confunde con el puerto... no está señalizada de forma clara la entrada al Barrio Pesquero. Además es un sitio turístico de la ciudad, la gran mayoría de los turistas que vienen a Santander dedican parte de su tiempo a conocer el Barrio Pesquero. Lo ideal sería una señalización de *Barrio Pesquero: Zona Turística*. Es una zona que aunque haga malo se llena, no tiene la misma estacionalidad que zonas como el Sardinero, aún en temporada baja y con mala señalización hay movimiento de turistas.

¿Cómo afecta la presencia de estos turistas al desarrollo de la vida de los vecinos?

En el aspecto que más notamos la presencia es en los aparcamientos, hay días que no tenemos dónde aparcar. Pero no es cien por cien culpa de los turistas, ocurre porque el resto de Santander es zona azul, y todos aquellos que se quieren desplazar al centro dejan aquí su coche por ahorrarse la ola.

Otro aspecto molesto para nosotros se da por la falta de civismo en algunas ocasiones. Al salir de los bares, muchos apoyan sus consumiciones en los alfeizares de las ventanas como si se tratara de una barra.

¿Qué les gustaría añadir/mejorar en el Barrio Pesquero para hacerlo más llamativo?

Estaría bien alguna tienda de suvenir empezando por algo pequeño.

Como un proyecto mayor: tenemos aquí al lado unos locales que actualmente son un espacio desaprovechado, antes eran llamados *la Ensenada del Arte*, y nos gustaría aprovecharlo de algún modo, por ejemplo: no tenemos ningún pabellón cerrado, si queremos hacer una reunión grande tenemos que utilizar la iglesia porque es el mayor espacio disponible. Estaría bien reconvertirlo en un centro cívico o una ludoteca, lo bueno es que tenemos el edificio, lo que no tenemos es el permiso de los dueños; esto es complicado porque hay zonas pertenecientes al ayuntamiento, otras al puerto, tienen diferente regulación.

Otro problema o traba que vemos a la hora de hacer mejoras es la gestión del ayuntamiento en algunos aspectos: la reparación de las pistas de fútbol que lleva en proceso unos cuatro años, también varios arreglos en diferentes zonas que aún no se han podido acometer.

Espacios disponibles para poder crecer tenemos, y el dinero por los comunicados que nos remiten está, pero no se acaba de dar el paso adelante.

¿Cuál/cuáles consideran que serían las mejores medidas para hacer del Barrio Pesquero una parada obligatoria para los turistas?

A parte de facilidades en el transporte con la señalización y aparcamientos, al Barrio Pesquero le falta unidad, entre los propios hosteleros y entre hosteleros y vecinos.

A pesar de haber tenido varias reuniones con ellos, no conseguimos esa unión, que al final es de donde obtendríamos la fuerza para conseguir iniciativas y cambios reales y válidos. No hay más que ver el ejemplo de Tetuán, nuestra diferencia con ellos es la unidad, aunque la asociación de vecinos lo intente, ellos no ponen ningún medio para mejorar.

Al final ellos son los mayores beneficiarios, ¿a qué se debe esa falta de interés?

Sí, son los primeros interesados, pero son muy individualistas, cada uno está a sacar adelante su negocio, no quieren ver cómo el de al lado gana más que él.

Es una lucha, una competición entre ellos pero que nos acaba afectando a todos nosotros, porque no podemos sacar muchos temas adelante ya que no somos un todo, no llegamos a agruparnos y ponernos de acuerdo.

